

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN NOTA PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATAPENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Manfaat Penelitian .....	9
F. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II : KERANGKA TEORI</b>	
A. Kajian Teori .....	12
1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	12
a. Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR) .....	13
b. Teori Corporate Social Responsibility (CSR) .....	14
c. Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) .....	17
d. Konsep Triple Bottom Lines.....	18
e. Program KerjaCorporate Social Responsibility (CSR) .....	19
f. Dimensi Corporate Social Responsibility (CSR) .....	20
g. Sistematika Dana Corporate Social Responsibility (CSR) .....	22

h.	Strategi Pengembangan Corporate Social Responsibility (CSR) .....	23
i.	Pro dan Kontra Corporate Social Responsibility (CSR) .....	24
j.	Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR) .....	25
2.	Ekonomi .....	26
a.	Definisi Ekonomidan Prinsip-prinsipnya .....	26
b.	Definisi Ekonomi Islam dan Prinsip-prinsipnya .....	28
c.	Proses Perencanaan Ekonomi dan Strategi Ekonomi .....	29
d.	Faktor-faktor Ekonomi .....	30
3.	Baitul Maal wat Tamwil (BMT).....	30
a.	DefinisiBaitul Maal wat Tamwil (BMT).....	30
b.	Asas dan PrinsipBaitul Maal wat Tamwil (BMT) .....	31
c.	Fungsi Baitul Maal wat Tamwil (BMT).....	32
B.	Hasil Penelitian Terdahulu .....	32
1.	Penelitian Terdahulu Pertama .....	33
2.	Penelitian Terdahulu Kedua.....	33
3.	Penelitian Terdahulu Ketiga.....	34
4.	Penelitian Terdahulu Keempat.....	35
5.	Penelitian Terdahulu Kelima .....	36
C.	Kerangka Berfikir .....	36
<b>BAB III</b>	<b>: METODE PENELITIAN</b>	
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	38
B.	Setting Penelitian .....	39
C.	Subjek Penelitian .....	39
D.	Sumber Data .....	40
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	41
F.	Pengujian Keabsahan Data.....	43
G.	Teknik Analisis Data.....	45
<b>BAB IV</b>	<b>: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A.	Gambaran Objek Penelitian .....	47

1. Sejarah BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Pati.....	47
2. Data Perusahaan dan Aspek Hukum BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Pati.....	50
3. Visi dan Misi BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Pati.....	50
4. Tujuan BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Pati.....	50
5. Keunggulan BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Pati.....	50
6. Sturktur Organisasi BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Pati.....	51
7. Diskripsi Tugas.....	52
8. Tata KelolaPerusahaan.....	55
9. Produk BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Pati.....	56
10. Alamat kantor dan cabang BMT Maziyah Assaadah.....	60
11. Divisi Maal.....	61
12. Corporate Social Responsibility (CSR) di BMT Yaummi Maziyah Assaadah Pati.....	62
B. Deskripsi Data Penelitian.....	67
C. Analisis Data Penelitian.....	69
1. Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) pada BMT Yaummi Maziyah Assaadah Pati dalam Bidang Ekonomi.....	69
2. Faktor Pendukung dan Kendala dalam Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) pada BMT Yaummi Maziyah Assaadah Pati.....	76

## **BAB V : PENUTUP**

A. Simpulan.....	80
B. Saran.....	81

## **DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 : Perbedaan Stakeholder Theory, Legitimacy Theory, dan Agency Theory ..... 16

Tabel 4.1 : Perbedaan faktor pendukung dan kendala CSR di BMT Yaummi Maziyah Assaadah Pati..... 78



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Skema Kerangka Berfikir ..... 37

